

**BUDAYA POPULER KOREA DI PEKANBARU
(Studi Tentang Bentuk Identifikasi dan Gaya Hidup)**

Oleh: Angga Muchly Derinopri Nasution

angganst222@gmail.com

Dosen Pembimbing: Ridayati

ridayati@lecturer.unri.ac.id

Jurusan Sosiologi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jalan H.R Soebrantas Km. 12.5 Simpang Baru, Pekanbaru

28293 Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRAK

Identifikasi dan imitasi merupakan dua hal yang berbeda namun hampir terlihat sama. Identifikasi merupakan bentuk peniruan yang bersifat lebih mendalam daripada imitasi, bisa dikatakan identifikasi meniru hingga mempengaruhi sesuatu yang tidak tampak seperti gaya hidup, berkomunikasi, dan kepribadian. Berbeda dengan imitasi yang cenderung hanya meniru tampilan luar atau tampak secara fisik saja. Rumusan masalah yang dibahas pada penelitian ini adalah apakah perilaku identifikasi anggota komunitas budaya populer korea lebih tinggi dibandingkan perilaku imitasi dan factor-faktor apa saja yang melatarbelakangi komunitas budaya populer korea meniru budaya populer korea. Teori yang digunakan yaitu teori proses sosial yang memiliki dasar utama imitasi, sugesti, identifikasi, dan simpati. Namun hanya menggunakan imitasi dan identifikasi sebagai perbandingan dalam penelitian ini. Teori kedua yaitu teori modelling yaitu perhatian, mengingat, reproduksi gerak dan motivasi menurut Albert Bandura yang dijelaskan melalui teori belajar sosial. Analisis data menggunakan cara deskriptif dengan pendekatan kuantitatif, teknik pengambilan data pada penelitian ini adalah sampling jenuh atau sensus. Sampling sensus memungkinkan peneliti untuk menggunakan seluruh populasi dan menarik mereka semua menjadi sampel dalam penelitian, sedangkan jumlah responden pada penelitian ini berjumlah 72 orang. Dari hasil penelitian dilapangan dapat disimpulkan bahwa perilaku identifikasi dan imitasi yang dilakukan oleh anggota komunitas budaya populer korea cenderung tinggi. Apabila perilaku imitasi cenderung tinggi, bisa disimpulkan bahwa hal tersebut sudah bisa dikatakan sebagai identifikasi sesuai dengan penjelasan mengenai identifikasi yang menjelaskan bahwa imitasi merupakan awal mula dari perilaku identifikasi.

Kata Kunci: Budaya Populer Korea, Identifikasi, Imitasi,

KOREAN POP CULTURE COMMUNITY IN PEKANBARU

(The Studies of Identification and Lifestyle)

By: Angga Muchly Derinopri Nasution

angganst222@gmail.com

Supervisor: Risdayati

risdayati@lecturer.unri.ac.id

Departement Of Sociology

Faculty Social and Political Sciences

Universitas Riau

Campus Bina Widya, Jalan H.R Soebrantas Km. 12.5 Simpang Baru, Pekanbaru

28293 Telp/Fax. 0761-63277

ABSTRACT

Identification and imitation are two different things but almost look the same. Identification is a form of imitation that is more profound than imitation, it can be said that identification imitates so that it affects something that is not visible, such as lifestyle, communication, and personality. Unlike the imitation which tends to only imitate the outward appearance or appear physically only. The formulation of the problem discussed in this study is whether the identification behavior of members of the Korean pop culture community is higher than the imitation behavior and what factors are behind the Korean pop culture community imitating Korean popular culture. The theory used is the social process theory which has the main basis of imitation, suggestion, identification, and sympathy. However, only using imitation and identification as a comparison in this study. The second theory is modeling theory, namely attention, remembering, reproduction of motion and motivation according to Albert Bandura which is explained through social learning theory. Data analysis used a descriptive method with a quantitative approach, the data collection technique in this study was saturated sampling or census. Census sampling allows researchers to use the entire population and draw them all into the sample in the study, while the number of respondents in this study amounted to 72 people. From the results of field research, it can be concluded that the identification and imitation behavior carried out by members of the Korean pop culture community tends to be high. If imitation behavior tends to be high, it can be concluded that it can be said as identification in accordance with the explanation of identification which explains that imitation is the beginning of identification behavior.

Keywords : Korea Pop Culture, Identification, Imitation

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Identifikasi sebenarnya merupakan kecenderungan-kecenderungan atau keinginan-keinginan dalam diri seseorang untuk menjadi sama dengan pihak lain. Identifikasi sifatnya lebih mendalam daripada imitasi, karena kepribadian seseorang dapat terbentuk atas dasar proses ini. (Sulistiyowati, 2015, p. 57).

Selain identifikasi ada juga tindakan peniruan yang tingkatnya masih di bawah identifikasi. Tindakan ini disebut dengan imitasi. Imitasi sendiri hampir mirip dengan identifikasi namun yang membedakannya adalah imitasi hanya menirukan sesuatu yang tampak dari luar dan tindak cenderung ingin terlihat sama.

Jadi dapat disimpulkan bahwa imitasi merupakan tindakan peniruan yang masih terbilang wajar dan tidak merubah apapun yang ada dalam diri seseorang, bisa dikatakan bahwa imitasi merupakan tingkat peniruan yang masih tergolong rendah dan biasa. Sedangkan identifikasi merupakan tindakan peniruan yang dilakukan oleh seseorang yang berujung pada keinginan untuk menjadi orang lain hingga ingin merubah bentuk fisik maupun bentuk jiwa.

Pada era modern ini segala bentuk media komunikasi dan informasi sudah sangat-sangat maju. Semua orang dapat memperoleh segala sesuatu dengan sangat cepat dan

mudah. Hal tersebut memungkinkan seseorang mengakses segala hal yang menurut mereka bagus dan sangat digemari apalagi dengan hadirnya berbagai macam media sosial seperti Instagram, Whatsapp, Twitter dan berbagai aplikasi streaming. Berbeda seperti beberapa tahun silam, media sosial yang kita ketahui hanyalah Facebook dan Email. Youtube yang kita kenal dulu tidak seperti sekarang. Kita bahkan bisa mencari segala video yang kita inginkan melalui youtube. Hal tersebut sangat mempermudah masyarakat untuk mengimitasi atau mengidentifikasi tokoh ideal mereka.

Globalisasi di bidang telekomunikasi ini yang membuat kita seperti tidak memiliki pemisah antara Negara kita dan Negara luar mengakibatkan mudahnya masuk berbagai macam budaya asing yang menurut kita sangat berbeda dengan warisan leluhur kita. Hal ini berkaitan dengan globalisasi budaya dimana pernyataan ini dapat dikatakan sebagai suatu gejala tersebarunya nilai-nilai dan budaya tertentu dari suatu negara ke seluruh dunia sehingga menjadi budaya dunia atau world culture. (Latifah, Hermawan, & Yusaputra, 2018, p. 112).

Kebudayaan yang dimiliki oleh suatu kelompok sosial tidak akan terhindar dari pengaruh kebudayaan kelompok-kelompok lain dengan adanya kontak-kontak antarkelompok atau melalui proses difusi. Suatu kelompok sosial; akan mengadopsi suatu kebudayaan tertentu bilamana kebudayaan tersebut berguna untuk mengatasi atau memenuhi tuntutan

yang dihadapinya. (Setiadi, 2006, p. 40).

Salah satu kebudayaan asing yang kini melekat pada hati anak muda Indonesia yaitu kebudayaan populer korea atau korea modern. Hal ini ditandai dengan maraknya berbagai Korean Drama dan Korean Pop (K-Pop) yang selalu tampil di tiap-tiap beranda sosial media atau di mesin pencari seperti GOOGLE. Tak hanya tampil di sosial media, kini Korean drama telah tampil berbagai stasiun televisi nusantara.

Kebudayaan populer korea yang hadir di tengah masyarakat terutama anak muda memiliki sebutan lain yaitu Korean Wave apabila diartikan ke dalam bahasa Indonesia yaitu Gelombang Korea dan Hallyu dalam penyebutan korea. Korean Wave adalah gelombang budaya atau arus budaya Korea, musik, film dan segala sesuatu tentang Korea yang menyebar ke negara-negara lain termasuk Indonesia. (Latifah, Hermawan, & Yusaputra, 2018, p. 112).

Beberapa komunitas pecinta kebudayaan populer korea pun ikut muncul. Seperti hal-nya komunitas Dance Cover K-POP Pekanbaru yang bernama Art Of Dance Community, Blindfold Entertainment Kpop, dan The Authentic Crew yang disingkat menjadi TAC. Ketiga Komunitas ini berfokus pada pembuatan Cover K-pop Dance dan dengan senang hati menampung muda-mudi pecinta k-pop untuk berkumpul dan memamerkan kebolehannya dalam bidang modern dance. Blindfold merupakan salah satu finalist Changwon Kpop World

Festival 2019. Festival tersebut merupakan festival tahunan di bidang vocal dan performance yang diselenggarakan oleh Kementerian Republik Korea (MOFA), bersama pemerintah kota Changwon, Korean Broadcasting System (KBS), dan Kementerian Kebudayaan, Olahraga dan Pariwisata Republik Korea (MSCT).

Data Anggota Komunitas Budaya Populer Korea

No	Nama Komunitas	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-Laki	Perempuan	
1	Blindfold Entertainment	12	15	27
2	Art of Dance	7	13	20
3	The Authentic Crew	9	16	25
Total		28	44	72

Sumber: Olahan Data Lapangan 2020

Komunitas yang peneliti sebut di atas merupakan komunitas yang bergelut di bidang k-pop seperti k-pop dance cover. Sehingga kemungkinan besar akan terjadi perilaku imitasi dan identifikasi di dalamnya. Apabila mereka menyukai sesuatu seperti salah satu produk dari budaya populer korea yaitu k-pop, kemudian sesama penyuka k-pop berkumpul membentuk komunitas yang di dalamnya mereka juga melakukan hal yang sama atau meniru seperti idola mereka yaitu dance cover k-pop, tentu akan terjadi perilaku imitasi dan identifikasi.

Penjelasan di atas menjelaskan bahwa anak muda di Indonesia terutama di Pekanbaru sedang marak menyukai sesuatu yang bergaya kebudayaan korea populer, bahkan

hadir komunitas-komunitas yang menampung muda-mudi untuk turut merasakan bagaimana rasanya menggeluti dunia k-pop meskipun hanya sebatai sebagai penari saja. Komunitas tersebut yaitu Blindfold Entertainment, Art of Dance, dan The Authentic Crew. Ketiga komunitas tersebut merupakan komunitas yang sudah sangat ternama di Kota Pekanbaru. Apabila mereka menyukai sesuatu seperti idol grup k-pop dan menirukan hal yang sama seperti yang dilakukan oleh idola mereka yaitu menari, tentu akan memungkinkan terjadi suatu tindakan imitasi dan identifikasi. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti hal ini. Penelitian ini akan diberi judul ***“Komunitas Budaya Populer Korea di Pekanbaru (Studi Tentang Bentuk Identifikasi dan Gaya Hidup)”***.

Rumusan Masalah

1. Faktor apa saja yang melatarbelakangi komunitas meniru kebudayaan populer korea?
2. Apakah anggota komunitas budaya populer korea memiliki perilaku identifikasi lebih tinggi dibanding perilaku imitasi?

Tujuan Penelitian

1. Mengetahui faktor apa saja yang melatarbelakangi peniruan terhadap budaya populer korea
2. Mengetahui seberapa tinggi tingkat identifikasi dan imitasi yang dilakukan oleh anggota komunitas korean wave atau budaya populer korea dan membandingkan para anggota komunitas lebih cenderung

melakukan tindakan identifikasi atau imitasi.

Manfaat Penelitian

1. Sebagai referensi dan menambah wawasan ilmu pengetahuan bagi penelitian selanjutnya dalam membahas masalah proses sosial baik itu imitasi, sugesti, identifikasi, maupun simpati.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya wawasan pengetahuan psikologi sosial dan pengantar sosiologi.

TINJAUAN PUSTAKA

Proses Sosial

Proses Sosial adalah cara-cara berhubungan yang dapat dilihat apabila para individu dan kelompok-kelompok saling bertemu dan menentukan system serta bentuk hubungan tersebut atau apa yang akan terjadi apabila ada perubahan-perubahan yang menyebabkan goyahnya cara-cara hidup yang telah ada. (Sulistyowati, 2015, p. 55)

Untuk menjadi proses sosial dasar utamanya adalah Imitasi, Sugesti, Identifikasi, dan simpati.

Imitasi

Perilaku imitasi merupakan perilaku yang dihasilkan setelah melewati banyak proses dan biasanya berkiblat pada artis idola dan kebanyakan peniru itu adalah kaum remaja yang masih mencari jati diri dewasanya. Perilaku mempunyai arti yang lebih kongkret dari pada “jiwa”.

(Latifah, Hermawan, & Yusaputra, 2018, p. 115).

Sugesti

Faktor sugesti berlangsung apabila seseorang memberi suatu pandangan atau sesuatu sikap yang berasal dari dirinya yang kemudian diterima oleh pihak lain. (Sulistiyowati, 2015, p. 57)

Sugesti memiliki makna yang hampir sama dengan imitasi, namun perbedaannya adalah sugesti bukan menjadi pelaku peniru namun menjadi pelaku pemberi dorongan untuk meniru. Kaitannya dengan kasus ini adalah industri hiburan korea modern memberikan sesuatu yang mendorong orang untuk menirukan segala bentuk kebudayaan yang mereka sajikan. Baik itu lewat drama dan k-pop serta didukung oleh segala hal menarik seperti hal modern dan paras yang rupawan.

Identifikasi

Identifikasi sebenarnya merupakan kecenderungan-kecenderungan atau keinginan-keinginan dalam diri seseorang untuk menjadi sama dengan pihak lain. Identifikasi sifatnya lebih mendalam daripada imitasi, karena kepribadian seseorang dapat terbentuk atas dasar proses ini. (Sulistiyowati, 2015, p. 57)

Bisa dikatakan bahwa awal mula dari proses identifikasi adalah imitasi dan sugesti. Terkadang identifikasi merupakan suatu hal yang tidak bisa dianggap hal yang biasa karena terjadi pengaruh-pengaruh yang lebih

mendalam. Rasa ingin untuk menjadi diri orang lain akan cenderung berdampak negatif bagi diri pelaku identifikasi karena di dalam proses identifikasi tidak hanya menirukan sesuatu yang tampak dari luar saja melainkan juga menirukan sesuatu yang tidak tampak seperti ingin memiliki jiwa yang sama dengan tipe ideal yang diinginkannya.

Simpati

Proses simpati sebenarnya merupakan suatu proses di mana seseorang merasa tertarik pada pihak lain. Proses ini perasaan memegang peranan yang sangat penting, walaupun dorongan utama pada simpati adalah keinginan untuk memahami pihak lain dan untuk bekerja sama dengannya. (Sulistiyowati, 2015, p. 57)

Imitasi dan Identifikasi

Identifikasi dan imitasi merupakan kedua hal yang berbeda namun hampir terlihat sama. Kedua tindakan tersebut merupakan suatu tindakan peniruan terhadap suatu hal atau seseorang. Perbedaan kedua tindakan tersebut hanya terletak pada bentuk peniruannya. Pada imitasi peniruan yang berlangsung hanya berupa bentuk fisik dan nampak dengan jelas. Pada identifikasi peniruan yang berlangsung cenderung lebih mendalam daripada imitasi. Seseorang pelaku identifikasi memiliki keinginan tinggi untuk menjadi sama bahkan persis seperti tokoh ideal yang ditirukannya. Tidak hanya bentuk fisik namun bentuk yang tidak terlihat oleh

mata pun akan ditirukan oleh pelaku identifikasi ini.

Menurut Graham Richards (2010: 138), imitasi berbeda dengan identifikasi karena hanya melibatkan simulasi yang tampak jelas dari perilaku orang lain, tanpa harus mengikutsertakan suatu wawasan atau empati pada mereka. (Utami, 2014, p. 2).

Teori Belajar Sosial (*Modeling*)

Teori pembelajaran sosial ini dikembangkan oleh Albert Bandura (1986). Teori ini menerima sebagian besar dari prinsip-prinsip teori-teori belajar perilaku, tetapi memberi lebih banyak penekanan pada efek-efek dari isyarat-isyarat pada perilaku, dan pada proses-proses mental internal. (Lesilolo, 2018, hal. 190).

Modeling yang artinya meniru, dengan kata lain juga merupakan proses pembelajaran dengan melihat dan memperhatikan perilaku orang lain kemudian mencontohnya. Hasil dari modeling atau peniruan tersebut cenderung menyerupai bahkan sama perilakunya dengan perilaku orang yang ditiru tersebut. (Siregar A. R., 2013, hal. 1).

Terdapat empat unsur atau empat proses di dalam teori belajar sosial modeling tersebut diantaranya adalah Perhatian (*Attention*), Mengingat (*Retention*), Reproduksi Gerak (*Reproduction*), dan Motivasi (*Motivation*).

1. Perhatian (*Attention*)

Perhatian terhadap model tersebut dipengaruhi sekumpulan besar karakteristik. (Santrock, 2009, hal. 326). Penelitian ini akan melibatkan responden yang memiliki ketertarikan kuat terhadap budaya populer korea dan bergelut langsung di kebudayaan populer korea tersebut sehingga memungkinkan terjadinya perilaku imitasi dan identifikasi pada kehidupan mereka sehari-hari. Oleh karena itu diasumsikan sebagai contoh bahwa para responden selalu memperhatikan hal yang mereka sukai seperti produk budaya populer korea seperti k-pop dan k-drama. Tidak menutup kemungkinan pula di setiap platform media sosial mereka akan ditemui banyak pencarian mengenai budaya populer korea.

2. Mengingat (*Retention*)

Untuk menirukan tindakan seorang model, seseorang harus mengodekan informasi tersebut dan menyimpannya dalam memori sehingga mereka mendapatkannya. (Santrock, 2009, hal. 326)

Lebih singkatnya, apabila seseorang akan menirukan suatu tokoh, tentu hal tersebut akan tertanam terlebih dahulu di dalam memori mereka sebelum mereka menirukan tokoh ideal bagi mereka. Apabila diasumsikan kepada responden, setelah mereka selalu memperhatikan setiap tayangan-tayangan budaya populer korea baik itu k-pop maupun k-drama tentu mereka akan mengingat setiap gerakan, gaya berbusana, aksesoris, warna pakaian, warna rambut dan sebagainya.

3. Reproduksi Gerak (*Reproduction*)

Seseorang dapat mengikuti seorang model dan mengodekan dalam memori apa yang telah mereka lihat, tetapi karena batasan-batasan dalam kemampuan motorik, mereka tidak mampu menirukan perilaku model tersebut. (Santrock, 2009, hal. 326)

Singkatnya setelah memperhatikan kemudian merekam di dalam memori mereka, responden diasumsikan akan mencoba menirukan perbuatan tokoh idola atau tokoh ideal mereka dengan cara menirukan setiap gerakan tarian bagi mereka yang menyukai k-pop, mengenakan pakaian bergaya korea populer, mewarnai rambut, mencoba menggunakan sapaan berbahasa korea dalam kehidupan sehari-hari dan sebagainya. Namun tentunya mereka memiliki keterbatasan dalam menirukan tokoh idola mereka. Oleh sebab itu mereka tergabung di dalam komunitas dance cover k-pop agar mereka bisa saling belajar dan berbagi segala hal yang berkaitan dengan budaya populer korea.

4. Motivasi (*Motivation*)

Studi klasik boneka bobo dari bandura ketika anak-anak yang melihat model dihukum tidak menirukan tindakan agresif model tersebut. Akan tetapi, ketika mereka diberikan penguat atau insentif (stiker atau jus buah), mereka menirukan perilaku model. (Santrock, 2009, hal. 327)

Melalui penjelasan di atas, bisa kita simpulkan bahwa seseorang akan memiliki dorongan dalam hati apabila

ingin menirukan suatu tokoh. Persis seperti responden yang berpartisipasi pada penelitian ini, tentunya mereka memiliki motivasinya masing-masing tergantung bagaimana popa pikir mereka terhadap sesuatu yang mereka sukai itu.

Budaya Populer Korea atau Korean Wave atau Hallyu

Hallyu merupakan sebutan untuk kesuksesan fenomena kebudayaan Korea Selatan yang menarik perhatian dunia internasional. Hallyu merupakan sebutan yang diberikan oleh seorang jurnalis di Cina ketika melihat pemberitaan tentang K-Drama dan K-Pop mendominasi surat kabar dan majalah di Cina pada tahun 1998. Beijing Youth Daily merupakan salah satu media cetak di Cina yang pertama kali menggunakan sebutan Hallyu dalam laporannya mengenai kesuksesan yang diraih grup idola K-Pop dalam penyelenggaraan konsernya di Beijing pada bulan November 1999. Sejak saat itulah sebutan Hallyu sering digunakan untuk menggambarkan popularitas kebudayaan Korea Selatan di luar negeri. Hallyu juga dikenal dengan sebutan Korean Wave yang diartikan sebagai fenomena gelombang kebudayaan Korea Selatan yang terdiri dari beberapa konten-konten kebudayaan. Adapun konten-konten tersebut adalah film, KDrama, K-Pop, K-Fashion dan sebagainya. (Chartika & Jamaan, 2014, p. 3)

Komunitas Budaya Populer Korea

Komunitas adalah sebuah kelompok sosial dan beberapa organisme yang berbagi lingkungan,

umumnya memiliki ketertarikan dan habitat yang sama. Dalam komunitas manusia, individu-individu di dalamnya dapat memiliki maksud, kepercayaan, sumber daya, preferensi, kebutuhan, risiko, kegemaran dan sejumlah kondisi lain yang serupa. Tentu saja komunitas yang dimaksud di sini berbeda dengan komunitas dalam ilmu biologi yang berfokus pada kehidupan hewan di bumi.

Komunitas di sini bisa kita sangkut pautkan menjadi kelompok sosial atau social group. Komunitas budaya populer Korea di sini merupakan sebuah kelompok informal karena tidak memiliki struktur, peraturan-peraturan tertulis, dan organisasi yang pasti.

Informal Group tidak memiliki struktur dan organisasi tertentu atau pasti. Kelompok-kelompok tersebut biasanya terbentuk karena pertemuan-pertemuan yang berulang kali dan itu menjadi dasar bagi bertemunya kepentingan-kepentingan dan pengalaman-pengalaman yang sama. (Soekanto, Sosiologi Suatu Pengantar, 1990, p. 139)

Sifat interaksinya (hubungan timbal balik) berdasarkan saling mengerti yang lebih mendalam karena pengalaman-pengalaman dan pandangan-pandangan yang sama. (Narwoko & Suyanto, 2011, p. 29)

Jadi kesimpulannya di sini remaja yang melakukan peniruan terhadap tokoh idealnya akan mencari orang-orang yang sama dan membentuk suatu kelompok tertentu. Setelah terbentuknya suatu kelompok

kemudian lambat laun mereka akan melakukan peniruan dan berusaha untuk menjadi persis seperti tokoh ideal mereka.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan Metode Kuantitatif Deskriptif dikarenakan bentuk dari rumusan masalah yang mengkaji mengenai tingkat identifikasi dan imitasi serta faktor melatarbelakangi terjadinya perilaku meniru.

Lokasi Penelitian

Pada penelitian ini memiliki beberapa lokasi penelitian yang merupakan tempat yang memiliki kriteria sesuai yang dibutuhkan oleh peneliti. Kriteria tersebut meliputi sanggar-sanggar komunitas dance cover K-Pop dibutuhkan dalam penelitian ini.

Lokasi penelitian pada penelitian ini yaitu berlokasi di Summit Dance School Jl. Jendral Sudirman No. 389A untuk komunitas Blindfold Entertainment, berlokasi di MTQ jalan jendral Soedirman Pekanbaru untuk komunitas Art of Dance, dan berlokasi di Sanggar Aderai Jl. Sisingamangaraja untuk komunitas The Authentic Crew.

Populasi dan Sampel

Populasi

Penelitian ini yang menjadi populasi yaitu komunitas bergaya budaya Korea populer. Komunitas yang dimaksud yaitu komunitas Blindfold Entertainment, Art of Dance, dan The

Authentic Crew yang apabila dijumlahkan secara keseluruhan akan menghasilkan 72 populasi.

Data Anggota Komunitas Budaya Populer Korea

No	Nama Komunitas	Jenis Kelamin		Jumlah
		Laki-Laki	Perempuan	
1	Blindfold Entertainment	12	15	27
2	Art of Dance	7	13	20
3	The Authentic Crew	9	16	25
Total		28	44	72

Sumber: Olahan Data Lapangan 2020

Sampel

Sampel pada penelitian ini dipilih dengan cara Sampling Jenuh atau lebih dikenal dengan nama Sensus. Cara ini memungkinkan peneliti untuk menggunakan seluruh populasi dan menarik mereka semua menjadi sampel dalam penelitian ini. Sampel pada penelitian ini berjumlah 72 orang responden.

Teknik Pengumpulan Data

Angket (kuesioner)

Seiring perkembangan teknologi, kuesioner dapat disebar melalui internet dengan menggunakan media *google drive*. Kuesioner online tersebut bernama *google form*. Menggunakan cara tersebut jangkauan untuk memberikan kuesioner dan mengumpulkan data jauh lebih luas.

Kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang efisien bila

peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah responden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/ pernyataan tertutup dan terbuka, dapat diberikan kepada responden secara langsung atau dikirim melalui pos atau internet. (Sugiyono, 2018, p. 142)

Dokumentasi

Dokumentasi merupakan salah satu langkah yang dilakukan oleh peneliti untuk mengumpulkan segala bentuk data yang berbentuk dokumen, foto, surat menyurat, rekaman wawancara, dan berkas-berkas kuesioner. Pada penelitian ini peneliti akan mengumpulkan dokumentasi yang berbentuk kuesioner, foto, dan surat-surat yang berkaitan dengan komunitas yang bersangkutan.

Jenis dan Sumber Data

Data Primer

Data primer merupakan data yang diperoleh langsung oleh peneliti. Pada kasus ini, peneliti menemukan beberapa data berupa hasil wawancara langsung oleh admin komunitas beserta anggotanya. Dari wawancara tersebut peneliti menemukan beberapa hal yaitu jumlah anggota, tahun didirikan, jumlah ikut event bergaya korea, faktor pendorong, serta berapa jumlah bertambah dan berkurangnya anggota tiap tahun.

Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang diperoleh tidak langsung oleh peneliti, baik itu berupa data yang dibuat oleh suatu perusahaan maupun surat menyurat yang mencantumkan data yang diperlukan. Pada kasus ini data sekunder meliputi sertifikat penghargaan event dan kepengurusan keanggotaan dalam komunitas.

Analisis Data

Penelitian ini menggunakan analisis kuantitatif deksriptif yaitu dengan mengumpulkan data, mengelompokan data, memasukkan data, mengolah data, menyajikan data, dan menjabarkan hasil penelitian. Media komputer analisis data yang peneliti gunakan adalah SPSS 23. Kemudian data yang telah diolah akan disajikan dalam bentuk table, data, dan bentuk lainnya sesuai dengan kecocokan data yang didapat.

Gambaran Umum Penelitian

Penelitian ini berlokasi di Kota Pekanbaru Ibu Kota Provinsi Riau. Lebih tepatnya penelitian ini berlokasi di tiap-tiap sanggar latihan maupun tiap-tiap *best camp* komunitas yang menjadi responden pada penelitian ini. Ketiga lokasi tersebut yaitu Summit Dance School Jl. Jendral Sudirman No. 389A untuk komunitas Blinfold Entertainment, berlokasi di MTQ jalan jendral soedirman pekanbaru untuk komunitas Art of Dance, dan berlokasi di Sanggar Aderai Jl. Sisingamangaraja untuk komunitas The Authentic Crew.

Cara pemberian kuesioner kepada responden melalui akun instagram masing-masing komunitas, kemudian peneliti mengirim link *google form* melalui *Direct Message*.

PEMBAHASAN

Untuk mengetahui bagaimana tingkat imitasi dan identifikasi yang dilakukan oleh responden, peneliti menggunakan beberapa buah indikator yang menjadi pembeda untuk pertanyaan imitasi dan pertanyaan identifikasi. Pertanyaan pada kuesioner imitasi meliputi tiga indikator yang diantaranya adalah gaya berpakaian, koleksi, dan kegiatan. Kemudian untuk indikator pada pertanyaan identifikasi meliputi berkomunikasi, gaya hidup, dan membentuk kepribadian. Setiap pertanyaan-pertanyaan dari indikator tersebut akan menentukan seberapa tinggi tingkat imitasi maupun identifikasi yang dilakukan oleh responden.

Tingkat Imitasi Responden

Perilaku Imitasi pada Budaya Populer Korea

No	Tingkat Imitasi Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Tinggi	69	95,8
2	Rendah	3	4,2
Total		72	100,0

Sumber : *Olahan Data Lapangan 2020*

Bisa kita lihat bahwa imitasi yang dilakukan oleh responden cenderung tinggi. Hal ini dibuktikan dengan frekuensi 69 dengan persentase 95,8% memiliki kecenderungan

melakukan perilaku imitasi yang tinggi terhadap budaya populer Korea dan hanya menyisakan 3 orang dengan persentase 4,2% yang kecenderungan melakukan perilaku imitasi yang rendah terhadap budaya populer Korea.

Tingkat Identifikasi Responden

Perilaku Identifikasi pada Budaya Populer Korea

No	Tingkat Identifikasi Responden	Frekuensi	Persentase (%)
1	Tinggi	68	94,4
2	Rendah	4	5,6
Total		72	100,0

Sumber : Olahan Data Lapangan 2020

Bisa kita lihat bahwa Identifikasi yang dilakukan oleh responden cenderung tinggi. Hal ini dibuktikan dengan frekuensi 68 dengan persentase 94,4% memiliki kecenderungan melakukan perilaku identifikasi yang tinggi terhadap budaya populer Korea dan hanya menyisakan 4 orang dengan persentase 5,6% yang kecenderungan melakukan perilaku identifikasi yang rendah terhadap budaya populer Korea.

Analisis Perbandingan Perilaku Imitasi dan Identifikasi

Analisis Perbandingan Perilaku Imitasi dan Identifikasi

No	Tingkat Imitasi	Tingkat Identifikasi		Total
		Tinggi	Rendah	
1	Tinggi	68 (94,4%)	1 (1,4%)	69 (95,8%)
2	Rendah	0 (0,0%)	3 (4,2%)	3 (4,2%)
Total		68 (94,4%)	4 (5,6%)	72 (100%)

Sumber : Olahan Data Lapangan 2020

Bisa kita lihat terdapat 68 orang dengan persentase 94,4% memiliki tingkat perilaku imitasi dan identifikasi yang sama tingginya. Kemudian terdapat 1 orang dengan persentase 1,4% memiliki tingkat identifikasi yang rendah namun perilaku imitasi cenderung tinggi. Hal ini sangat wajar dikarenakan apabila seseorang ingin mencapai tahap peniruan identifikasi, tentu harus melewati tahapan imitasi terlebih dahulu. Oleh karena itu terdapat satu responden yang cenderung hanya memiliki perilaku imitasi dan tidak melakukan perilaku identifikasi.

Terdapat 3 orang dengan persentase 4,2% memiliki tingkat perilaku imitasi dan identifikasi yang sama-sama rendah dan yang terakhir tidak ada satupun responden yang memiliki tingkat perilaku identifikasi yang tinggi namun memiliki tingkat perilaku imitasi yang rendah.

Berdasarkan penjelasan di atas dapat kita simpulkan bahwa responden cenderung memiliki perilaku identifikasi yang sangat amat tinggi dikarenakan terdapat 68 orang dengan persentase 94,4% yang memiliki tingkat perilaku identifikasi dan imitasi yang tinggi. Peneliti menarik kesimpulan bahwa responden cenderung melakukan perilaku identifikasi dikarenakan apabila perilaku imitasi seorang responden sangat tinggi, hal tersebut sudah bisa dikategorikan merupakan suatu tindakan identifikasi karena imitasi

merupakan awal mula terjadinya perilaku identifikasi.

Faktor yang Melatarbelakangi Perilaku Meniru.

Berdasarkan teori dari Albert Bandura pada teori belajar sosial, terdapat salah satu cabang dari teori belajar yaitu teori Modeling. Teori modeling sendiri teori yang mengemukakan bahwa terdapat 4 unsur di dalam meniru. Keempat unsur di dalam meniru tersebut yaitu perhatian (Attention), mengingat (Retention), reproduksi gerak (Reproduction), dan motivasi (Motivation). Apabila kita berbicara mengenai imitasi maupun identifikasi, hal tersebut sejalan dengan yang namanya perilaku meniru. Oleh karena itu pada pembahasan ini peneliti akan mengkaji mengenai faktor yang melatarbelakangi kenapa seseorang meniru berdasarkan teori Modeling yang dikemukakan oleh Bandura.

Pada pembahasan mengenai faktor, peneliti akan memberikan beberapa pernyataan mengenai tindakan yang responden lakukan berdasarkan teori modeling Albert Bandura tersebut. Kemudian responden akan diberikan 5 pilihan tanggapan diantaranya sangat setuju, setuju, ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju.

Kemudian didapatlah data berupa jawaban responden atas pernyataan yang peneliti berikan. Tingginya frekuensi Sangat Setuju dan Setuju dari setiap pernyataan masing-masing faktor sudah membuktikan bahwa keempat faktor tersebut terbukti

merupakan faktor yang melatarbelakangi para responden meniru sesuatu yang digemari oleh mereka yaitu budaya populer Korea.

Peneliti hanya menggunakan frekuensi untuk mencari jawaban mengenai faktor melatarbelakangi meniru dikarenakan keempat faktor tersebut memiliki nilai yang sama tingginya sehingga tidak memungkinkan untuk mencari faktor mana yang paling dominan. Semua faktor sangat dominan saat perolehan data di lapangan.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan mengenai komunitas budaya populer Korea di Pekanbaru (studi tentang bentuk identifikasi dan gaya hidup), maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Keempat faktor yang menjadi landasan melatarbelakangi komunitas budaya populer Korea meniru adalah perhatian, mengingat, reproduksi gerak, dan motivasi. Keseluruhan faktor tersebut menjadi sangat dominan dengan dibuktikan dengan tingginya frekuensi pada pilihan jawaban sangat setuju dan setuju.
2. Perilaku imitasi dan identifikasi pada anggota komunitas budaya populer Korea dikategorikan tinggi. Imitasi memiliki frekuensi sebanyak 69 dengan persentase 95,8% dari total 72 responden, sementara identifikasi memiliki frekuensi 68 dengan persentase

94,4% dari total 72 responden. Apabila kita melihat dari analisis perbandingan perilaku imitasi dan identifikasi, perilaku imitasi unggul 1 orang responden daripada identifikasi. Maka dapat disimpulkan perilaku yang dominan yaitu perilaku imitasi, namun seperti penjelasan yang peneliti jabarkan di BAB II, imitasi merupakan langkah awal untuk masuk ke fase identifikasi. Oleh karena itu perilaku imitasi yang tinggi bisa dikategorikan sebagai suatu bentuk identifikasi juga.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan kesimpulan di atas, saran yang dapat peneliti sehubungan dengan hasil penelitian ini yaitu:

1. Bagi komunitas budaya populer korea yang berpartisipasi dalam penelitian ini untuk tidak berlebihan dalam meniru sesuatu yang sukai seperti k-pop dan k-drama. Karena terdapat beberapa hal yang bukan mencerminkan nilai-nilai moral bangsa indonesia seperti minuman soju yang notabennya merupakan minuman beralkohol. Namun apabila lebih meniru hal-hal positif seperti membentuk karakter diri menjadi lebih disiplin, pekerja keras, aktif, dan kreatif seperti kebanyakan idol korea yang kita lihat di layar kaca, maka pertahankan hal tersebut.
2. Bagi mahasiswa yang juga menggemari salah satu pop culture seperti budaya populer korea dan juga menirukan gaya berbusana, gaya hidup, dan lain sebagainya

untuk lebih menirukan hal-hal positif daripada hal-hal negatifnya.

DAFTAR PUSTAKA

- Baron, R. A. (2004). *Psikologi Sosial*. Jakarta: Penerbit Erlangga.
- Chartika, S. I., & Jamaan, A. (2014). *Hallyu Sebagai Fenomena Transnasional*. 3.
- Cleopatra, M. (2015). *Pengaruh Gaya Hidup dan Motivasi Belajar Terhadap Prestasi Belajar Matematika*. *Jurnal Formulatif*, 169.
- Effendy, M. (1988). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Departemen Pendidikan dan Kebudayaan.
- King, L. A. (2010). *Psikologi Umum*. Jakarta : Penerbit Salemba Humanika.
- Kristianto, B. (2008). *Fakta-Fakta Tentang Korea*. Seoul: Pelayanan Kebudayaan dan Informasi Korea.
- Latifah, I. N., Hermawan, A., & Yusaputra, M. I. (2018). *Pengaruh Mengakses Korean Wave Terhadap Perilaku Imitasi di Kota Palu*. 112.

- Lesilolo, H. J. (2018). *Penerapan Teori Belajar Sosial Albert Bandura*. 190.
- Miftaqurrohmah. (2015). *Dampak Korean Wave Terhadap Gaya Hidup Mahasiswa UNP Kediri*.
- Narwoko, D., & Suyanto, B. (2011). *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan*. Jakarta: Pranada Media Group.
- Neuman, W. L. (2013). *Metode Penelitian Sosial: Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif Edisi Ke 7*. Jakarta: PT Indeks.
- Primayondri, L. E. (2017). *Peran New Media dalam Penyebaran Korean Wave Pada Tahun 2012-2016*.
- Rena, E. (2017). *Komunitas K-Popers Pekanbaru*.
- Santrock, J. (2009). *Psikologi Pendidikan*. Jakarta Selatan: Salemba Humanika.
- Setiadi, E. (2006). *Ilmu Sosial Budaya dan Dasar*. Jakarta: Prenada Media Group.
- Siahaan, M. (2015). *All About Teen*. Yogyakarta: ANDI.
- Silaban, F. F. (2016, April 6). *Pria Ini 23 Kali Operasi Plastik Demi Jadi Superman, Sudah Mirip?* p. 1.
- Siregar, A. R. (2013, Juni 16). *Teori Albert Bandura (Modeling)*. p. 1.
- Siregar, S. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Dilengkapi Dengan Perbandingan Perhitungan Manual & SPSS*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Soekanto, S. (1990). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT RajaGrafindo Pesada.
- Soekanto, S. (1992). *Sosiologi Keluarga: Tentang Ikhwal Keluarga, Remaja, dan Anak-Anak*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Sugiyono, P. D. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sulistiyowati, B. (2015). *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Utami, R. (2014). *Identifikasi Perilaku Imitasi Negatif Anak Tunalaras*. 2.
- YANG, s.-Y. (1995). *Seputar Kebudayaan Korea*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.